Тема: МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАЯ В АРТ-ИНДУСТРИИ

Литература:

. Артемьева Т.В., Тульчинский Г.Л. Фандрейзинг: привлечение средств на проекты и программы в сфере культуры и образования: Учебное пособие. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2010

. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры: Учебное пособие. 4-е изд., испр. и доп. – СПб.: Издательство «Лань»; «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ», 2009

. Чижиков В.М., Чижиков В.В. Теория и практика социокультурного менеджмента: учебник. – М.: МГУКИ, 2008

. Журнал «Справочник руководителя учреждения культуры»

. Журнал «Арт-менеджер»

Тема: МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАЯ В АРТ-ИНДУСТРИИ

Вопросы:

1. Основные источники финансирования в арт-индустрии.
2. Роль государства в финансировании культуры.
3. Мировой опыт и основные модели финансирования культуры.
4. Фандрейзинг.
5. Информационное обеспечение фандрейзинга.
6. Организация и проведение фандрейзинговой компании.
7. Спонсорство и благотворительность.
8. Проблемы развития спонсорства и благотворительности.
9. Технология работы со спонсорами (ПЗ от 21.03.13).

Основные источники финансирования в арт-индустрии

Бюджетные источники финансирования:

- бюджеты различного уровня;
- целевые программы;
- государственные гранты;
- косвенное финансирование, основанное на финансовых и налоговых льготах.

Внебюджетные источники финансирования :

- предпринимательская деятельность;
- международные программы (премии, гранты, стипендии);
- инвестирование (частный капитал);
- спонсорство;
- благотворительность.

Все перечисленные источники могут являться источниками финансирования любого учреждения культуры. Согласно законодательству поступление средств из внебюджетных источников не является основанием для уменьшения размера бюджетного финансирования.

Роль государства в финансировании культуры и государственная культурная политика

Вовлеченность государства в развитие сферы культуры - показатель развитости государства. Развитое демократическое государство должно поддерживать сферу культуры, и не должно оказывать на нее давление.

Роль государства в развитии культуры выражается в ведении государством культурной политики, которая предусматривает обеспечение механизмов финансирования культуры (создание условий, обеспечивающих полноценное развитие сферы культуры во всех ее направлениях).

Участие государства в финансировании может быть прямым и косвенным.

Прямое финансирование - это выделение финансов на развитие сферы культуры из бюджетов различного уровня.

Косвенное финансирование - это создание государством условий для привлечения средств из внебюджетных источников в сферу культуры, посредством законодательста.

Мировой опыт и основные модели финансирования культуры

Европейская модель финансирования культуры:

Финансирование объектов культуры преимущественно происходит из бюджетов различного уровня.

Доля бюджетного финансирования организаций культуры в среднем составляет от 50 до 80%.

Прямое бюджетное финансирование применяется только для национальных объектов культуры и приоритетных, по мнению государства, направлений культуры.

Финансирование объектов культуры осуществляется по результатам их деятельности и на основе оценки степени их привлекательности, как для потребителей, так и для спонсоров.

Мировой опыт и основные модели финансирования культуры

Для финансирования объектов культуры и проектов, не имеющих национального значения, используются такие методы финансирования, как:

- распределение грантов;
- распределение субсидий через посреднические негосударственные организации (благотворительные фонды, общественные организации и ассоциации);
- партнерство со сферой бизнеса (отношения с крупными компаниями устанавливаются на уровне государства);
- межведомственные программы субсидирования культуры;
- специальные налоги;
- финансирование из внебюджетных источников (например, поступления от национальных лотерей и спортивных тотализаторов).

Мировой опыт и основные модели финансирования культуры

В европейской модели финансирования организаций и проектов сферы культуры используются методы, основанные на тесном сотрудничестве государства в лице Министерства культуры с общественными организациями и другими сферами деятельности. Т.е. осуществляется целевое привлечение средств, в бюджеты различного уровня, для последующего финансирования организаций сферы культуры и различных культурных проектов.

В последние годы европейские страны уделяют пристальное внимание развитию коммерческой деятельности организаций культуры. Государство стимулирует организации сферы культуры на ведение самостоятельной коммерческой деятельности (открытие магазинов, кафе, сдача помещений в аренду и т.п.).

Мировой опыт и основные модели финансирования культуры

Американская модель финансирования

Основана на том, чтобы посредством законодательной базы создать такие условия чтобы частный капитал пришел в сферу культуры (косвенное финансирование).

Процентное соотношение вложений в культуру:
5% - государственные субсидии,
95% - негосударственные источники (в том числе самостоятельный заработок организаций культуры).

Характерен отказ от определения приоритетов и прогнозирования в сфере культуры, творчество рассматривается как самоорганизующийся и саморазвивающийся организм. При таком подходе каждый, кто обратился за деньгами имеет шансы их получить, при условии подачи заявки и соответствующего обоснования.

Мировой опыт и основные модели финансирования культуры

Типы финансирования культуры:

1. **Романский** - преобладает финансирование из бюджета федерального уровня. Характерен для Франции, Италии.

2. **Германский** – преобладает финансирование из местных бюджетов и через независимые структуры и фонды. Характерен для Австрии, Германии, стран Скандинавии.

3. **Англо-американский** – основан на косвенном финансировании (привлечение частного капитала и стимулирование самостоятельной коммерческой деятельности организаций культуры посредством законодательной базы). Характерен для США, Великобритании.

Фандрейзинг

Фандрейзинг – это деятельность по привлечению и аккумулированию средств из различных источников на реализацию некоммерческих проектов.

Проектный фандрейзинг - форма привлечения средств под реализацию проектов - является наиболее удобной формой как для организаторов проекта, так и для финансирующей стороны (характеризуется наличием четко определенных целей использования средств, возможностью привлечения значительного объема средств при минимальных затратах, получением конкретных выгод от участия в проекте).

Оперативный фандрейзинг – форма привлечения средств на покрытие текущих расходов некоммерческих организаций - менее эффективная форма (поступающие средства не имеют четкого целевого назначения, что снижает заинтересованность доноров).

Фандрейзинг

Условия обеспечения успеха фандрейзинга:

1. Качество проектной документации - ее понятность и привлекательность для потенциального донора.

2. Правильный выбор потенциальных доноров проекта - интересы донора должны совпадать с тематикой проекта.

3. Качество представления проекта - необходимо уметь презентовать проект (имеет значение кем и как проект будет представлен, необходимо понимать внутренние мотивы донора, и на основании этих мотивов уметь показать донору выгодность его участия в проекте).

4. «Прозрачность» механизмов участия донора в проекте – необходимы гарантии надлежащего использования донорских средств и реализации целей донора.

Информационное обеспечение фандрейзинга

Под информационным обеспечением фандрейзинга понимают разработку, подготовку и оформление документов и материалов, которые дают потенциальному донору полное (исчерпывающее) представление проекте и его организаторах.

Информационное обеспечение проекта включает:

1. Проект (проектная документация + резюме проекта).
2. Уставные документы организации, при участии которой будет реализовываться проект.
3. Краткое описание организации или резюме автора проекта.
4. Подборка материалов СМИ об организации или авторах проекта.
5. Визитные карточки, для обеспечения обратной
6. Дополнительные мультимедийные материалы, фото- и видеоматериалы, описания и т. п..
7. Комплект документов, описывающих выгоду донора от участия в проекте(при необходимости).

Информационное обеспечение фандрейзинга

К информационному обеспечению фандрейзинга относят и систему учета, которая должна содержать сведения о ходе и итогах деятельности по привлечению средств, т.е базу данных, содержащую:

- **информацию о донорах (в том числе и потенциальных);**
- **переписку с донорами (копии всех предложений, писем, ответов);**
- **данные оперативного анализа (текущие сведения о встречах и звонках);**
- **сведения характеризующие ход работы с каждым потенциальным донором (даты и результаты контактов, переписки, содержание обещаний и т. п.);**
- **сведения о полученных средствах (т.е. номера счетов, квитанций, даты перечисления и получения, размер средств, дата отправки благодарственного письма).**

Организация и проведение фандрейзинговой компании

Этапы проведения фандрейзинговой компании:

1 ЭТАП - ПЛАНИРОВАНИЕ, предполагает разработку концепции привлечения средств. На этом этапе необходимо:

- **определить круг доноров, подготовить для каждого пакет документов;**
- **выбрать виды фандрейзинга;**
- **определить круг лиц, которые будут заниматься привлечением средств и распределить полномочия между ними;**
- **произвести анализ ресурсного обеспечения;**
- **определить расходы на фандрейзинг;**
- **создать расчетный счет, на который будут перечисляться средства.**

Организация и проведение фандрейзинговой компании

Этапы проведения фандрейзинговой компании:

2 ЭТАП - РЕАЛИЗАЦИЯ. Этап включает:

- установление ответственности за проведение фандрейзинга;
- выделение средств на реализацию фандрейзинга;
- работа с донорами.

3 ЭТАП - КОНТРОЛЬ. Этап включает:

- осуществление контроля за ходом реализации фандрейзинга;
- корректировка планов с учетом произошедших изменений.

Организация и проведение фандрейзинговой компании

Этапы проведения фандрейзинговой компании:

4 ЭТАП - АНАЛИЗ. Этап включает:

- определение эффективности этапов компании;

- оценку эффективности конечных результатов.

Анализ необходим для того, чтобы не допускать ошибок в будущем. Важно понимать насколько эффективными оказались действия в ходе проведения компании.

Анализ доложен давать ответ на три основных вопроса:

- ✔ **насколько поставленные цели соответствовали объективным потребностям проекта;**
- ✔ **насколько полученные результаты соответствуют поставленным целям;**
- ✔ **насколько эффективными оказались затраты (финансовые, временные, материальные).**

Организация и проведение фандрейзинговой компании

Оптимальный срок для начала фандрейзинговой компании – за 6-9 месяцев до главного итогового мероприятия проекта, под который ищутся средства. Средства под масштабные проекты надо начинать искать за год-полтора.

Полностью разработанную проектную документацию необходимо иметь на руках за 4-6 месяцев до начала фандрейзинговой компании.

Планируя и осуществляя деятельность в рамках фандрейзинговой кампании необходимо помнить, что разработчики культурных проектов - не просители денег, речь идет о социальном партнерстве. Немаловажным обстоятельством является стиль поведения, чувство собственного достоинства.

Спонсорство и благотворительность

Благотворительность - это безвозмездная поддержка, которая является проявлением филантропии (помощи неимущим) и не предполагает финансовых и прочих обязательств со стороны получающих поддержку. Благотворитель, оказывая поддержку, демонстрирует акт свободной воли.

Благотворительность в сфере культуры и искусств называется меценатством.

Благотворительность носит личностный характер, и зависит от личных вкусов, пристрастий, желания благотворителя.

Оформляться благотворительность актом дарения, передачей с баланса на баланс, оплатой счетов, передачей чека.

Спонсорство и благотворительность

Мотивы благотворительности:

- человеческий альтруизм;
- социальная ответственность;
- забота о благосостоянии кого-либо;
- гордость от собственного вклада к культуру;
- упоение собственными возможностями;
- благодарность обществу за возможность действовать в нем;
- желание самореализации в иной сфере деятельности;
- формирование имиджа;
- реклама;
- налоговые льготы.

Спонсорство и благотворительность

Спонсорство (в переводе с латинского — ручаюсь, гарантирую) — это деятельность юридических лиц, основанная на соглашении между организаторами некоммерческого проекта, с одной стороны, и коммерческой компанией с другой.

Спонсорство - это взаимовыгодное сотрудничество.

Спонсирование осуществляется в виде выделения финансовых средств, закупок оборудования или обеспечения материальной базы (бартерное спонсорство), рекламы проекта (информационное спонсорство), учреждения призов, премий и т.п.

Условия, на которых предоставляется спонсорская поддержка, оформляются специальным договором, содержащим обязательства сторон (как спонсора, так и получателя). Договор должен быть выгоден обеим сторонам.

Проблемы развития спонсорства и благотворительности в России

1. Поверхностный подход к спонсорству и благотворительности (произвольность принятия решений, пренебрежением к экспертизам).

2. Отдаленность культуры от бизнеса (бизнес необходимо вовлекать в культуру, работать с бизнесом).

3. Неумение работать с потенциальными донорами (неумение оформления документов, нет понимания интересов донора).

4. Боязнь огласки благотворительной деятельности.

. Неоднозначное общественное мнение(необходимо формировать положительное общественное мнение).,

. Недостаточная информированность общественности о культурных проектах и их донорах.

7. Недостаточная квалификация менеджмента сферы культуры.

8. Несовершенство законодательства в области спонсорства и благотворительности.